

# HANDELNS SYNPUNKTER & FRÅGESTÄLLNINGAR

# Enköping

HANDELSSTADEN - EN PLATS DÄR MAN TRIVS



## DÄR VI VILL LEVA, BO OCH HANDLA - STEG 2

### FÖRSTÅ KUNDEN

Vem är kunden?

### ERBJUDANDE

Hur ser vårt erbjudande ut till kunden?

### RISKEN

80 % av butikerna i centralorten är inte långsiktigt lönsamma!?

### MÖJLIGHET

100 nya jobb!

### SAMHÄLLSEKONOMI

"If we only bought what we needed the economy would collapse"

## ENKÖPING CENTRUMSAMVERKAN

Enköping Centrumsamverkan är en ideell förening där kommunen, fastighetsägarna, handeln och ett antal övriga intressenter samverkar kring målsättningen att göra Enköping attraktivare - en stad att leva, bo och handla i.

Sedan våren 2015 har föreningens ambitionsnivå ökat väsentligt. Från att tidigare helt varit fokuserad på olika aktiviteter på Torget, har föreningen nu målet att få fram en långsiktig strategi för handelns utveckling i staden - att tillsammans med föreningens medlemmar skapa delaktighet och engagemang i en hållbar utveckling som ska göra Enköping till den handelsstad den en gång var. Men nu i modern tappning.

Enköping Centrumsamverkan har redan vidtagit en rad åtgärder såsom:

Att knyta närmare kontakter med fastighetsägarna

Att skapa framtidstro hos butiksägarna och de handelsanställda

Att stärka och utveckla samarbetet med de kommunala förvaltningarna

Att tydliggöra fördelarna och vikten av att vara en aktiv del av föreningen

Efter några månaders intensivt arbete ser vi en rad frågor, som måste lösas för att vi ska nå vår högt ställda ambition att åter göra Enköping till en handelsstad av rang. En förutsättning för att lyckas är att politikerna delar vår ambition och målsättning. Vi har därför upprättat detta dokument för att få alla politikernas uppfattning. Vi är också beredda att göra särskilda dragningar för de olika politiska grupperna om så erfordras

Vi vill få konsumenterna i kommunen att välja staden för sina inköp. Butiks- och serviceutbudet kommer då kunna öka och därmed skapa ett naturligt underlag för en levande handelsstad. Enköpingsborna ska känna att här kan de handla och inte som nu, att allt fler väljer andra inköpsställen utanför kommunen som t.ex. Erikslund och Barkarby. Därmed skulle Enköpings centralort bli en naturlig mötesplats för kommunens invånare. En stad att vara stolt över.

För att denna målsättning ska kunna uppfyllas behövs en rad åtgärder och ett annat sätt att se på handelsfrågor i kommunen. **Handeln och framtida planering måste vara en integrerad del av utvecklingen av staden. Kommunen ska skapa förutsättningar för ett brett handelsutbud sedan är det upp till handeln att driva och utveckla sin verksamhet.**

Detta förhållningssätt till handeln innebär att kommunen ständigt måste beakta handelns förutsättningar i den totala planeringen av stadens utbyggnad om man vill ha en aktiv handelsstad och inte en sovstad. **Förutsättningar för handel ska således vara en naturlig del i samhällsplaneringen.**

## ***Nytänkande***

Detta kommer att innebära ett nytänkande för många förvaltningar. Konsekvenser för handeln måste tas med vid olika bedömningar och inte minst i direktiven till olika utredningar.

En arbetsgrupp bestående av flera chefstjänstemän handlare och fastighetsägare har bildats för att ta fram en strategiplan för Handeln i Enköping men en rad basfakta saknas. För att komma vidare behövs kommunala beslut i flera frågor. Kommundirektören har engagerat sig i olika handelsfrågor och fungerat som dörröppnare till de kommunala förvaltningarna. Men nu slutar han liksom många andra chefstjänstemän som är viktiga för framtagandet av strategiplanen. Föreningen har byggt upp en framtidstro hos handeln i Enköping. **Ska engagemanget kunna hållas uppe måste det snarast till en strategiplan, som alla kan känna delaktighet i och tror på. Vi har inte råd att tappa tempo nu om vi tillsammans skall nå framgång.**

## ***Behovet av parkeringsplatser***

Resultatet av utredningen som utfördes i slutet av förra året visar på en beläggning på 61 % . Det verkar således som om det finns gott om tillgängliga parkeringsplatser i centrala i Enköping. Men utredningen har inte tagit hänsyn till handelns behov av parkeringsplatser. Inventeringen är gjord vid två tillfällen under oktober 2014: vid första tillfället dagarna innan pensionen utbetalas och vid det andra tillfället dagarna innan löneutbetalningar.

För handeln är tillgängliga parkeringsplatser helt avgörande för omsättningen. De tillfällen som konsultbolaget mätt beläggningen är inte i något fall vid de tillfällen som handeln är i största behov av parkeringsplatser. Det finns ingen mätning av beläggningen på parkeringarna på fredagar när konsumenterna efter arbetet gör sina inköp eller på lördagar, den andra stora handelsdagen. Att ignorera så välkända handelsvanor hos kunderna visar på total okunskap hos konsultbolaget om hur handeln i städer fungerar.

Bristen på tillgängliga platser för handlande kunder har fått till konsekvens att de stora dragarna i centrum har tappat nära hälften av sin veckoslutshandel. 15 000 kunder tappade en av aktören förra året och hittills i år är tappet ytterligare 30 000 kunder. En sådan utveckling leder till nedskärningar i butiken och på sikt till att butiken stänger. Ett sådant scenario betyder också att flera andra butiker i centrum kommer att få bekymmer, då många konsumenter kommer att välja bort Enköping som handelsplats.

Ett minskat kundunderlag för stora kedjor i Enköping sprider sig snabbt bland etableringschefer, vilket kan få negativa konsekvenser för andra kända varumärken, som på senaste tiden visat intresse att etablera här.

Ett tillskott på 80 platser finns nu tillgängliga sedan en tid tillbaka. Det räcker inte!

### ***Fri tidsbegränsad parkering***

Fri tidsbegränsad parkering på en attraktiv handelsplats är i dag en "hygienfaktor" på samma sätt som konsumenten förväntar sig serviceinriktad personal i butikerna och attraktiv exponering av varorna. Fräscha toaletter kommer också högt upp på kundernas kravlista.

Enköping har sedan en tid tillbaka fri parkering en timme i centrala staden. Detta infördes efter att handlarna klagat på tappad omsättning, efter att tidigare fri parkering ersatts med avgiftsbelagd parkering. Fri parkering i en, två eller tre timmar påverkar omsättningen i butiker, restauranger och i olika serviceinrättningar. En timmes fri parkering gynnar enbart en viss typ av handel och service, där det måste gå fort och där konsumenten inte hinner lockas till "relax shopping". Att ge konsumenten tid att handla är framtida hårdvaluta för handeln.

Att fri parkering påverkar handelns omsättning är alla överens om. Vi hämtar ett exempel från Enköping. ICA Supermarket mitt i staden tappade 1 500 kunder den dagen parkeringsavgifterna infördes i staden. En tumregel är att närliggande butiker tappar 10 % av vad en dagligvarubutik tappar. Det är ett oroväckande stort tapp för butiker som redan har en ansträngd ekonomi. Efter att en timmes fri parkering infördes på torget utanför ICA Supermarket har en tredjedel av de förlorade kunderna återvänt till butiken. Men nu är parkeringen fullbelagd, vilket omöjliggör en ytterligare kundtillströmning med bil till butiken.

### ***Ny utredning***

Behovet av en ny parkeringsutredning som belyser handelns behov av parkeringsplatser samt konsekvenserna av tidsbegränsad fri parkering måste snabbt till innan handelsutbudet i centrala staden ännu mer försämras.

En central frågeställning är vid vilket antal p-platser och vid vilken grad av fri, tidsbegränsad parkering får handeln optimala förutsättningar?

Kommunen räknar med att ha en ny parkeringsutredning klar till årsskiftet. Vad utredningen ska innehålla har ännu inte i alla delar fastställts. Handeln ska få lämna synpunkter på de delar som de berörs av vilket vi uppskattar. Denna utredning har högsta prioritet för handelns utveckling i staden och vårt önskemål är att utredningen tidigareläggs.

### ***Moderna, attraktiva handelsytor***

En annan viktig framgångsfaktor för handeln i Enköping är att det finns moderna attraktiva handelsytor att erbjuda de etablerade kedjorna. Basutbudet av välkända kedjor är idag för litet i Enköping. Intresse finns från flera kedjor. Men de kräver att etablera tillsammans eller nära varandra i handelskvarter. En sådan möjlighet är eller var Pausparkeringen som skulle bebyggas med 3 200 m<sup>2</sup> handel. Att inte få till dessa handelsytor kommer på lång sikt att försvåra handelns möjligheter till utveckling i stadskärnan.

**Ska centrala Enköping bli en handelsplats värd namnet måste förutsättningar skapas för nya större handelsytor så att basutbudet av kedjor blir tillräckligt stort.** De byggföretag som erhåller tillstånd att bygga i attraktiva centrala lägen måste också bygga attraktiva handelsytor. Finns det sådana planer och i så fall när kan de genomföras? Ett utökat basutbud är en förutsättning för utveckling av handeln i staden. Detta är en ödesfråga. Ökad handel i Enköping betyder också nya arbetstillfällen och då särskilt för ungdomar.

### ***Förstå kunden***

Vilka butikskedjor vill vi ha till Enköping och vilka av dem kommer att bli framgångsrika på den lokala marknaden? För att kunna svara på denna fråga måste vi känna till hur de som bor i Enköping handlar och vilka olika referenser de har till handel. Vilka kluster av konsumenter finns i Enköping och vilka kluster är tillräckligt stora för att attrahera de välkända butikskedjorna.

Idag vet vi inte hur Enköpings konsumenter ser ut, vilka de är, vilka värderingar de har och hur de väljer sina inköpsställen. Om vi inte gör en utförlig marknadsundersökning blir det bara gissningar.

Vi vet att dagligvaruhandel handlas på hemmaplan som i de flesta städer. Men vad efterfrågar enköpingsbon när det gäller sällanköpsvaror? Hur ser den befintliga kunden ut i Enköping idag och hur ser de nyinflyttade till centralorten och kommunens tätorter ut?

Enköping är en mycket expansiv stad . Det har under de senaste åren byggts många nya bostäder vilket borde skapa ett ökat kundunderlag för handeln. Men vad vet vi i verkligheten om de som flyttar in i de nya bostäderna? Några gissningar är att det är personer/ familjer som fått arbete i Stockholm men inte hittat någon lämplig bostad där. En annan gissning är att det är äldre personer som tidigare bott på landsbygden kring Enköping som nu känner att de vill bo mer centralt till butiker och service. Dessa två antaganden om de nyinflyttade ställer helt olika krav på vilket handelsutbud som framledes bör eftersträvas.

## ***Marknadsundersökning***

Enköping Centrumsamverkan har efterlyst en fördjupad marknadsundersökning sedan tidigt i våras . Då föreningen inte har de ekonomiska förutsättningarna som behövs för en sådan marknadsundersökning.

Näringslivschefen har tillsammans med Enköping Centrumsamverkans ordförande i dagarna träffat ett företag som skulle kunna utföra en sådan utredning. Offert har också inhämtats från annan aktör på marknaden. Då kommunens kontor, som sköter upphandlingar, har brist på personal kan ett upphandlingsunderlag först ligga klart om tidigast tre månader. Detta kommer att innebära en väsentlig tidsförskjutning för att ta fram en handelsstrategi för Enköping.

Vi önskar att kommunen snarast upphandlar en sådan utredning.

## ***Skapa konkurrensfördelar***

Utöver fler parkeringsplatser och tidsbegränsad fri parkering behöver stadens centrum förstärka sin konkurrenskraft mot kringliggande städer. Enköpings struktur med flera perifera tätorter gör att staden behöver lojala kunder från dessa orter. Det är i handelssammanhang stor skillnad på ett upptagningsområde på ca 25 000 mot över 40 000 personer.

Konkurrensen mellan olika handelsplatser har aldrig varit så tuff som nu. I ett sådant läge går det inte att ge konkurrenterna några fördelar. Har de någon form av fri parkering eller andra fördelar, måste vi också ha dessa fördelar. Strängnäs har två timmar fri parkering och Sala tre timmars fri parkering.

Därtill måste vi känna till konkurrenternas svagheter och göra dem till våra fördelar. Vinnarna är de handelsplatser, som konsumenterna upplever som mest attraktiva. Det gäller att hela tiden ligga i front. Konsumenterna är ombytliga och är alltid på jakt efter det där lilla extra som tilltalar dem. Vi måste därför få kunden att välja Enköping före städer som Sala och Strängnäs. När det gäller Uppsala och Västerås måste vi utveckla en strategi, som betonar den lilla handelsplatsens fördelar.

Om detta är våra mål, måste vi skapa bättre offentliga rum som känns attraktiva, ombonade och välkomnande. Inte som nu med ett sterilt torg eller platser vid å-inloppet som inte är välskötta, parkeringsskyltning som är otydlig osv.

Kommunen måste t ex ta ansvar för och ge förutsättningar för hur Torget ska bli en levande marknadsplats. På Torget ska det alltid hända något. Torget ska vara den naturliga mötesplatsen i staden. Utsmyckningen av Torget måste fungera, vattnet spruta i fontänen och i parkernas stad, var finns de unika blomsteruppsättningarna på Torget? Torgfogden

måste följa en av förvaltningen upprättad och godkänd verksamhetsplan som innehåller en mer detaljerad beskrivning av Torgets skötsel.

Vill man vara en attraktiv stad måste kommunens tjänstemän känna delaktighet och därtill vara synliga för kunderna. För att undvika ständiga problem med bokning, visning och annat kring Torget bör det finnas en person med totalansvar – torgfogden. Kring förvaltningen/uthyrningen av Torget finns idag flera frågetecken som det måste skapas klarhet kring.

Chefen för samhällsbyggnadsförvaltningen kommer att ge den nya gatu- och parkchefen i uppdrag att i nästa års verksamhetsplan konkret visa hur de offentliga rummen ska skötas.

Detta känns positivt och kommer att ge kommunen goodwill bland kommuninvånare och turister.

### ***Upplevelser***

När konsumenterna väljer en handelsplats vill de inte bara ha attraktiva butiker, de vill också ha upplevelser. Det talas alltmer om upplevelsehandel. Konsumenterna vill uppleva spännande och gärna unika aktiviteter. En attraktion som Enköping kan vara stolt över är parkerna. De lockar många besökare till staden men här saknas en gemensam marknadsföring tillsammans med handeln.

Centrumsamordnaren och en central tjänsteman på Upplevelseförvaltningen måste arbeta hand i hand för allas framgång. Här finns en outnyttjad potential för handelsstaden Enköping.

Kommundirektören har nu uppdragit till Upplevelseförvaltningen att starta ett nära samarbete med Enköping Centrumsamverkan till gagn för bägge parter vilket välkomnas.

### ***Varumärket Enköping***

En annan kommunal funktion som bör knytas till handels utveckling är den tjänsteman som har hand om kommunens varumärke. Hur vill kommunen marknadsföra sig till kommunens invånare och till besökare? Vilken position på marknaden vill kommunen ta? Hur tänker man förstärka och utveckla sitt varumärke för att stärka och öka stadens attraktionskraft?

Vi föreslår att en varumärkesstrategi och PR-strategi för Enköpings kommun tas fram enligt följande:

## VARUMÄRKE- OCH PR-STRATEGI FÖR ENKÖPINGS KOMMUN

<b>Nulägesanalys</b>	Befintliga strategiplaner
	Konkurrenssituation
<b>Varumärkesplattform</b>	Vision
	Kärnvärden
	Positionering
	Verksamheter
	Mission / Delaktighet
	Logotyp
<b>PR-strategi</b>	Målgrupper
	PR-mål
	Huvudbudskap
	Talespersoner
	”Tone of Voice”
	Kanaler
<b>Genomförande</b>	Två dagar med centrala politiker och tjänstemän
Dag 1	Förvaltningarna och politikerna presenterar de för dem viktiga delar i varumärkets innehåll
Dag 2	Framtaget, konkret förslag till varumärke presenteras för synpunkter
	Förvaltningscheferna förankrar varumärket hos sin personal

### ***Vilken roll ska handeln ha i denna resa?***

Näringslivschefen kommer under september upphandla den konsult som ska ta fram och utveckla kommunens varumärke.



## Hur vill kommunen gå vidare med att utveckla Enköping som handelsstad?

Det finns många frågetecken innan Enköping Centrumsamverkan kan presentera en Strategiplan för Handeln i Enköping. Vi har här pekat på några frågeställningar som måste utredas eller åtgärdas så snart som möjligt för att vi ska komma vidare i vårt arbete.

Avser kommunen

att tidigarelägga en ny parkeringsutredning?

att tidigarelägga marknadsundersökningen/vem är kunden?

att skapa förutsättningar för nya, fräscha handelsytor i stadskärnan?

att upprätta handlingsplaner och skötselplaner för olika offentliga rum?

att Enköping Centrumsamverkan blir en naturlig del i planerings- och utvecklingsarbetet av Enköping som handelsstad?

Om förutsättningarna enligt ovan ges finns möjligheter att minst skapa 100 nya jobb inom handeln för i första hand ungdomar.

Vi har i detta läge valt att inte kommentera kommunens planer för Myranområdet, då vi inte har någon information om planläget. Vi förutsätter däremot att detta strategiska läge, som kommer att bli Enköpings ansikte utåt, får en sådan utformning att den lockar till ett besök i staden. Enköpings Centrumsamverkan kommer att kallas till möte om Myranområdet i september.

Enköping 2015-08-09

Reviderad 2015-09-02

Bengt Forsling

Johan Karlsson

Niclas Buskenström

Ordförande

Vice ordförande

Centrumsamordnare